

0- 781062

На правах рукописи



Сим Ольга Анатольевна

**ЛИНГВОЭВОКАЦИОННОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ  
ДИСКУРСА ГЛЯНЦЕВОГО ЖУРНАЛА  
(на материале журнальных текстов на английском и русском языках)**

Специальность 10.02.19 – теория языка

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени

кандидата филологических наук

Барнаул – 2009

Диссертация выполнена на кафедре современного русского языка и речевой коммуникации ГОУ ВПО «Алтайский государственный университет»

Научный руководитель -

доктор филологических наук,  
профессор Чувакин А.А.

Официальные оппоненты -

доктор филологических наук,  
профессор Питина С.А.  
(ГОУ ВПО «Челябинский  
государственный университет»)

кандидат филологических наук,  
доцент Колесов И.Ю. (ГОУ ВПО  
«Алтайская государственная  
педагогическая академия»)

Ведущая организация -

ГОУ ВПО «Омский государственный  
университет им. Ф.М. Достоевского»

Защита состоится «15» декабря 2009 года в 13.00 часов на заседании диссертационного совета ДМ 212.005.01 по защите диссертаций на соискание ученой степени доктора филологических наук при ГОУ ВПО «Алтайский государственный университет» (656049, г. Барнаул, ул. Димитрова, 66).

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке ГОУ ВПО «Алтайский государственный университет».

Автореферат разослан «13» ноября 2009 г.

НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА КГУ



0000623828

Ученый секретарь диссертационного совета

кандидат филологических наук, доцент

Н.В. Панченко

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Диссертационная работа выполнена в русле коммуникативно-функционального исследования дискурса; посвящена лингвоэвокационному моделированию дискурса глянцевого журнала на материале разноязычных текстов.

**Актуальность** исследования обусловлена несколькими тенденциями, существующими и развивающимися в современной лингвистике:

1. Расширением объекта лингвистики (Р.М. Фрумкина), что означает и расширение круга методов лингвистического исследования, и усиление роли моделирования (Б.Ю. Городецкий, А.Е. Кибрик, А.С. Нариньяни, Л.Б. Крюкова, А.А. Леонтьев, Е.В. Падучева). Несмотря на широкое использования метода моделирования в лингвистической науке, построение лингвоэвокационных моделей дискурса глянцевого журнала не становилось предметом отдельного диссертационного исследования.

2. Развитием разноаспектных исследований дискурса (Н.Д. Арутюнова, Т.В. Белошапкова, Э. Бенвенист, В.Г. Борботько, Т. ван Дейк, О.С. Иссерс, О.Б. Йокояма, В.И. Карасик, В.В. Красных, Ю. Кристева, М.Л. Макаров, П. Серио, И.П. Сусов, В.И. Тюпа, Л.Дж. Филлис, М.В. Йоргенсен, Э.В. Чепкина, У. Эко, G. Kress, R. Scollon и др.), в том числе и в сфере масс-медийной коммуникации.

3. Распространением эвокационных исследований на материале художественного текста и текстов иных типов (Т.Н. Василенко, С.И. Везнер, В.И. Заика, Г. Лукач, Т.Н. Никонова, С.Н. Пешкова, Е.А. Савочкина, О.С. Саланина, В. Скаличка, С. Ульман, А.А. Чувакин, И.А. Широких). Являясь «эпидеятельностью» (А.А. Чувакин), эвокация предстает универсальной семиотической категорией, функционирующей на всех уровнях вербально-невербальной деятельности, обеспечивающей полноценную коммуникацию, в данном случае в межкультурном пространстве.

**Объектом** данного исследования является дискурс глянцевого журнала, представленный англоязычными и русскоязычными текстами, которые связаны отношениями перевода. **Предмет** исследования – эвокационное преобразование англоязычного дискурса при его «перенесении» (Т.Г. Винокур) в русскоязычный дискурс. Подвижными фрагментами в структуре предмета исследования становятся типы взаимодействий рекламной и нарративной компонент, выделяемые на основании процесса поглощения. Этот процесс служит основанием для выделения базовых моделей воспроизведения.

**Цель** данной работы – построить базовые лингвоэвокационные модели дискурса глянцевого журнала, что предполагает усовершенствование методики лингвоэвокационного моделирования и ее проекцию на разноязычные тексты дискурса глянцевого журнала. Для достижения указанной цели были поставлены следующие **задачи**:

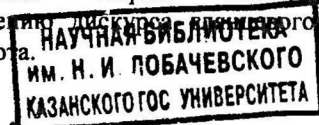
1. спроецировать лингвоэвокационное исследование на материал дискурса глянцевого журнала;

2. определить этапы лингвоэвокационного моделирования дискурса глянцевого журнала;
3. определить параметры лингвоэвокационного моделирования рекламной и нарративной компонент дискурса глянцевого журнала;
4. выделить базовые лингвоэвокационные модели дискурса глянцевого журнала.

**Эмпирической базой** исследования являются англоязычные и русскоязычные тексты дискурса глянцевого журнала. Источниками материала исследования послужили тексты журнала «Cosmopolitan» 2007–2009 гг. (26 источников, около 365 рубрик, 1100 текстов). Единицей анализа является **тематический блок** дискурса глянцевого журнала, который ограничивается форматом рубрики журнала, где содержатся фрагменты рекламной и/или нарративной компонент дискурса глянцевого журнала. В данном исследовании выделение тематического блока, структурно ограниченного рубрикой дискурса, определяется в логике материала исследования – письменных текстов дискурса глянцевого журнала. Журнал как сфера бытования обуславливает разделение дискурса на компоненты: рекламную и нарративную, что связано с реализацией определенных интенций создателей указанных компонент. В свою очередь, тематический блок дискурса глянцевого журнала структурно ограничен форматом рубрики журнала и содержит составляющие рекламной и нарративной компонент дискурса глянцевого журнала, которые находятся во взаимодействии.

**Методы исследования.** Базовым методом в данном исследовании выступает лингвоэвокационное моделирование. Логика построения модели основывается на некоторых универсальных принципах модельного познания, к которым могут быть отнесены *принцип объективного соответствия* модели оригиналу, *принцип экстраполяции* модельной информации, *принцип верифицируемости*. В работе также используются метод лингвистического описания для представления специфики компонент дискурса глянцевого журнала, элементы дискурс-анализа для выяснения модификаций дискурса глянцевого журнала при воспроизводстве в иной сфере бытования и метод построения полевой структуры для анализа формальных изменений дискурса глянцевого журнала.

**Методологической основой** исследования являются базовые положения эвокационной теории (Т.Н. Василенко, С.И. Везнер, В.И. Заика, Г. Лукач, Т.Н. Никонова, С.Н. Пешкова, Е.А. Савочкина, О.С. Саланина, В. Скаличка, С. Ульман, А.А. Чувакин, И.А. Широких), теории дискурса и дискурс-анализа (М.Л. Макаров, Л.Н. Мурзин, М.Ю. Олешков, И.Ф. Ухванова-Шмыгова, Л.Дж. Филлис, М.В. Йоргенсен, Э.А. Чепкина, У. Эко, Т. van Dijk, Kintsch), теории полевых структур (Адмони, Бондарко, Храковский), лингвистического моделирования (Б.Ю. Городецкий, А.Е. Кибрик, А.С. Нариньяни, Е.В. Падучева). Положения указанных теорий интегрируются в междисциплинарный подход к изучению дискурса глянцевого журнала, в логике которого выстроена данная работа.





## Новизна исследования

Аспект научной новизны исследования заключается в сопряжении дискурсивного и эвокационного подходов к анализу дискурса глянцевого журнала; в введении параметров моделирования дискурса глянцевого журнала, которые следует учитывать при исследовании воспроизведения иных типов дискурса; в апробации методики лингвоэвокационного моделирования на новом виде фактического материала – разноязычных текстах дискурса глянцевого журнала, отражающих все характеристики данного вида дискурса; в построении лингвоэвокационных моделей дискурса глянцевого журнала в процессе его «перенесения» в иную среду средствами другого языка (направление от англоязычного к русскоязычному тексту дискурса глянцевого журнала).

**Теоретическая значимость** настоящего исследования определяется тем, что оно указывает на возможности междисциплинарного подхода к изучению дискурса глянцевого журнала, бытующего в разноязычных сферах. Разработка параметров моделирования рекламной и нарративной компонент дискурса глянцевого журнала вносит вклад в развитие методики эвокационного сопоставления. Базовые лингвоэвокационные модели дискурса глянцевого журнала могут быть использованы для решения задач исследования компонент дискурса глянцевого журнала и видов их взаимодействия.

**Практическая ценность** данной работы заключается в возможности применения полученных выводов и материалов исследования в курсе общего языкознания, специальных курсах по дискурсивным практикам, теории эвокации, теории текста, в работах по лингвоэвокационному моделированию, теории дискурса и дискурс-анализа, в процессе практического воспроизведения иноязычных текстов дискурса глянцевого журнала во вторичной сфере бытования.

На защиту выносятся следующие **положения**:

1. Для исследования дискурса глянцевого журнала (через тексты на английском и русском языках) предлагается интеграция положений теории эвокации, теории дискурса, теории полевых структур и принципов моделирования вследствие обращенности к эвокационному преобразованию англоязычного дискурса в процессе его «перенесения» в русскоязычную среду.

2. Дискурс глянцевого журнала состоит из рекламной и нарративной компонент, которые представляют собой структуры, характеризующиеся наличием ядра и периферии. Единицей рекламной компоненты дискурса глянцевого журнала является **дискурсивный рекламный отрезок**, который представляет собой законченное рекламное произведение на определенную тему, выражающее прагматическую интенцию продвижения товара/услуги. Единицей нарративной компоненты дискурса глянцевого журнала является **дискурсивный нарративный отрезок**, т.е. сочетание языковых и неязыковых средств, которое реализуется в повествовательной форме, характерной для нарративной компоненты дискурса глянцевого журнала.

3. Воспроизведение рубрики оригинала (нарративная компонента) в нескольких смежных рубриках в русскоязычной среде реализуется как

**эвокационное расширение.** Это способность оригинальной рубрики в ходе воспроизведения в иной среде образовать рубрику или подрубрику-спутник, в которой тема оригинальной рубрики либо находит новое понимание, либо рассматривается под другим углом. Условием воспроизведения дискурса глянцевого журнала является наличие эвокационных сигналов в структуре дискурса глянцевого журнала, согласно силе апеллативности которых происходит перенесение дискурсивного отрезка во вторичную среду. Через понятия **эвокационного шага** и **эвокационной цепочки** определяется количественное выражение вариантов воспроизведения дискурса глянцевого журнала.

4. Базовые лингвоэвокационные модели дискурса глянцевого журнала определяются на основании процесса **поглощение**. Выделяются две базовые модели: поглощение рекламной компоненты и поглощение нарративной компоненты. Помимо процесса поглощения критерием для выделения базовых лингвоэвокационных моделей дискурса глянцевого журнала являются модификации продукта воспроизведения по параметрам моделирования.

**Апробация работы.** Основные положения работы сообщались на всероссийских и международных научно-практических конференциях (Самара 2005, Барнаул 2005, Кемерово 2006, Томск 2005, 2006, Майкоп 2007, СПб. 2007, Новосибирск 2007, Барнаул 2008, 2009), на заседании кафедры современного русского языка и речевой коммуникации Алтайского госуниверситета. По теме диссертации опубликовано 10 статей общим объёмом 2,8 п.л.

**Структура диссертации.** Работа состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка, который включает список научной литературы и источники эмпирического материала, и приложений, где представлены изображения, раскрывающие положения исследования.

## СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении дается обоснование актуальности темы, определяются объект, предмет, цель и задачи исследования, отмечается его новизна, теоретическая значимость, характеризуются материал и методы исследования, формулируются основные положения, выносимые на защиту.

В первой главе «Теоретические основания лингвоэвокационного моделирования дискурса глянцевого журнала» происходит теоретическое осмысление понятий «дискурс», «дискурс-анализ», «эвокационный шаг» и «эвокационная цепочка». Формулируются основные положения которые отражают научную базу исследования, а также осуществляется построение схемы дискурсивной структуры женского глянцевого журнала в разноразличных сферах бытования, призванной спроецировать методику эвокационного сопоставления на этот вид дискурса и его дифференциальные признаки (через тексты на английском и русском языках).

В первом параграфе обосновывается интеграция подходов к исследованию дискурса глянцевого журнала (далее ДГЖ): выделение смысловых составляющих и видов знания, содержащегося в дискурсе, через сопоставление первичного и вторичного ДГЖ раскрываются преобразования его составляющих, которые ведут к модификации знания, присутствующего в данном виде дискурса.

Смысловые составляющие дискурса выделяются М.Л. Макаровым. Ими являются пропозиция, референция, экспликатура/имплицатура, инференция, релевантность, пресуппозиция, тема дискурса и тема говорящего. Их количественные и качественные модификации указывают на степень преобразования первичного дискурса при его перенесении в иноязычную сферу.

Классификация видов знания коммуникативных партнеров, содержащегося в дискурсе, построена О.Б. Йокоямой (метаинформационное и информационное (референциальное, экзистенциальное, предикационное), которое включает в себя и специфичное знание (пропозициональное и специфицирующее)).

Суждения приведенных авторов значимы для реферируемой работы.

Второй параграф решает следующую задачу: выявить специфику рекламной и нарративной компонент в рамках дискурса женского глянцевого журнала на разных языках. Согласно заявленной цели, решаются следующие задачи: раскрыть дискурсивную структуру женского глянцевого журнала в разноразличных сферах бытования и провести сопоставительный анализ результатов; выявить специфику рекламной и нарративной компонент (далее РК и НК, соответственно) ДГЖ в каждой сфере бытования.

В целом дискурс женского глянцевого журнала не является монолитным и не может быть охарактеризован как полностью рекламный или полностью нарративный (сюжетно-повествовательный). ДГЖ, в отличие от художественного текста или другого вида дискурса, не имеет крепких внутренних связей между компонентами. Скорее компоненты дискурса сосуществуют и, намеренно или случайно соседствуя в рамках единицы ДГЖ,

формируют образное и смысловое единство, воспринимаемое реципиентом. Иначе говоря, локализация, к примеру, РК дискурса оказывает непосредственное влияние на расположенный рядом нарратив. Выделение НК и РК ДГЖ основано на определении их специфических признаков. Признаками РК ДГЖ являются **рекламность** и **рекламные максимы**. Рекламность рассматривается как направленность речи автора, призывающей к совершению покупки. Эта направленность находит отражение в лексической, грамматической и образной структуре компоненты дискурса. Выделяют три рекламные максимы — повеления, навязчивости и неповторимой привлекательности (Э.А. Лазарева). НК, в свою очередь, обладает следующим дифференцирующим признаком — **повествовательностью**. Языковые средства отражают замысел автора статьи, рассказа, заметки или иной формы нарратива, характерной для ДГЖ. Наличие сюжетной линии традиционно присуще нарративу, хотя феномен скрытой рекламы использует нарративные стратегии для создания рекламы. НК — это сюжетно-повествовательный пласт ДГЖ, которому присуще наличие текстового ряда, повествующего о каком-то событии, личности или действии. В рамках ДГЖ НК традиционно представлена интервью, рассказом, статьей или заметкой. Таким образом, специфические признаки каждой из указанных компонент позволяют выделять их в качестве составляющих ДГЖ. Единицей РК ДГЖ предлагается считать *дискурсивный рекламный отрезок* Единицей НК ДГЖ является *дискурсивный нарративный отрезок*, т.е. сочетание языковых и неязыковых средств, которое реализуется в повествовательной форме, характерной для ДГЖ (статьи, интервью, заметки, рассказы, письма и высказывания с форума журнала). Границей между рекламными и нарративными отрезками служит либо контрастная линия (чаще черного цвета) между ними, либо начало нарративного отрезка, который, в силу повествовательности, имеет заголовок и/или зачин истории, а также завершение повествования. Представляется возможным заявить о существовании в структуре ДГЖ *ядра и периферии* РК и НК, наличие которых прослеживается на фактическом материале и которые локализуются в определенном дискурсивном пространстве. Понятия *ядро* и *периферия* заимствованы из работ по теории поля, что вносит в реферируемое исследование определенные смыслы, заложенные в них исходной теорией. Под *ядром* РК ДГЖ мы понимаем непрерывную последовательность дискурсивных рекламных отрезков, выраженных конкретными рекламными высказываниями. Как правило, НК не взаимодействует с ядром РК ДГЖ. Что касается *периферии* РК ДГЖ, то дискурсивные рекламные отрезки взаимодействуют с НК ДГЖ, причем рекламные отрезки представлены как между завершенными нарративами, так и вплетены в их структуру. *Ядро* НК может быть выделено как завершенный нарратив без вкраплений дискурсивных рекламных отрезков. Периферия НК ДГЖ пересекается с периферией РК.

Локализация ядер и периферии РК ДГЖ в разных сферах бытования приблизительно одинакова, то есть, ядро явной рекламы находится в самом начале ДГЖ во всех указанных сферах бытования, а ядро скрытой рекламы в финальной его части. Что касается периферии РК ДГЖ в целом, как правило,

она занимает промежуточное положение между указанными ядрами и тесно взаимодействует с периферией НК. НК характеризуется наличием небольших ядерных структур, которые локализуются в середине (статьи, интервью, заметки, письма) и в завершении ДГЖ (рассказ). Наряду с универсальными признаками ДГЖ, выделяются особенности каждого моноязычного дискурса, касающиеся как его структуры, так и взаимодействия РК и НК ДГЖ.

Важное замечание касается существования феномена *скрытой* рекламы. Скрытая реклама понимается как дискурсивные рекламные отрезки, не имеющие указание «специальный рекламный проект», но несущие в себе рекламный посыл, завуалированный нарративной формой – историей из жизни, советом по уходу за собой и т.п. Скрытая рекламная информация занимает значительное место в РК ДГЖ и имеет свое место локализации. В результате выясняется, что в соответствии со спецификой фактического материала, феномен скрытой рекламы становится все более частотным в ДГЖ.

Другая особенность сосуществования РК и НК ДГЖ заключается в наличии *скрытого* или *явного дискурсивного конфликта*. В первом случае это означает, что содержание РК и НК сохраняет *видимое* соответствие, что может быть неправильно истолковано, способно привести к недопониманию и, как результат, сбоем в восприятии дискурсивного рекламного или нарративного отрезка. Во втором случае конфликт содержания НК и РК не имеет даже видимого соответствия, а содержит информацию о несовместимых вещах (к примеру, название товара и слоган противоречат друг другу, «звездное сияние», перенесение слогана «Glam Shine Moonlight» отличается от «лунного света» (Moonlight)). Явление конфликта компонент ДГЖ представляется принципом их естественного существования и взаимодействия в своей сфере бытования. Помимо конфликта компонент дискурса обращает на себя внимание тот факт, что русскоязычные дискурсивные рекламные отрезки изобилуют англоязычными вкраплениями: отдельными словами, слоганами и т.д. Динамическая природа ДГЖ позволяет культурноносным элементам быть воспроизведенными в иной сфере бытования. Но в нашем исследовании иноязычные вкрапления скорее реализуют прагматическую установку РК ДГЖ, чем переносят некую культуроспецифичную информацию. Выделяются несколько видов воспроизведения англоязычной информации в русскоязычном рекламном отрезке на основании таких понятий, как *подкрепление*, *калькирование* и *противоречие*.

Под *подкреплением* понимается такой вид воспроизведения, когда англоязычное вкрапление логично поддерживает русскоязычный текст, что достаточно легко для восприятия и понимания русскоязычным реципиентом.

Под *калькированием* в рамках РК ДГЖ подразумевается воспроизведение англоязычных вкраплений, не несущих необходимую информацию, без которой дискурсивный рекламный отрезок не сможет быть адекватно воспринят. Скорее даже наоборот, русскоязычный рекламный отрезок вполне может существовать и функционировать полноценно без учета англоязычного вкрапления такого рода.

Что касается *противоречия*, то это понятие в данном исследовании означает состояние, когда единая функция РК ДГЖ, реализованная средствами разных языков в одном рекламном отрезке, приводит к недопониманию или неверному толкованию функции иноязычного фрагмента.

В отношении НК также следует отметить наличие англоязычных вкраплений, которые, однако, следуют единому принципу *подкрепления*. В сюжете это либо название местности, отеля, магазина, либо общепринятые англицизмы (sms – краткое сообщение), либо название традиционного блюда, растения, танца, что обычно сопровождается комментарием на русском языке (Jugo verge – зеленый сок, мексиканский напиток). Таким образом, НК меньше подвержена англоязычным вкраплениям, и они преимущественно несут в себе культуроспецифичную информацию.

Итак, в данном параграфе была обозначена универсальная дискурсивная структура глянцевого журнала и проведен сравнительный анализ ее существования в разных сферах бытования. Также мы выявили специфику РК и НК ДГЖ в каждой сфере бытования с позиции прагмалингвистического аспекта. Реализация указанных задач позволяет сформулировать основные специфичные характеристики компонент ДГЖ и проследить движение оригинального ДГЖ в процессе воспроизведения его во вторичную реальность, что является основанием для применения положений теории воспроизведения для исследования ДГЖ.

**Третий параграф** обращен к эвокационной методике исследования ДГЖ, предполагающей поэтапное движение от объекта воспроизведения к продукту воспроизведения через средства воспроизведения на основе принципов и факторов воспроизведения. Современные представления об эвокации связаны с учением В. Скалички об эвокации как проблеме языка и литературы; с суждениями западных филологов о приемах воспроизведения объекта в литературном тексте и характере отношений текста и мира и-или других текстов (Ж. Делез, Ж. Женетт, М. Риффатер, З.Й. Шмидт), о существовании группы категорий языка: эвокации, ревокации, провокации – и базируются на признании речекоммуникативной активности одной из форм человеческой деятельности и придании особого значения репрезентативной функции языка. Следует разграничивать понятия эвокации и перевода. Эвокационная теория занимается созданием механизмов, связанных с перенесением объекта из одной среды в другую в рамках речекоммуникативной деятельности. Действие теории эвокации происходит на разных уровнях: высказывания, текста, текстовой совокупности, дискурса; теория применима к материалам художественным и нехудожественным; избирается сфера межъязыковой коммуникации, что означает новый этап развития лингвоэвокационных исследований. Под переводом понимается механизм перенесения элементов одного языка в систему другого языка одновременно с реализацией творческого начала переводчика. Эвокационная теория, таким образом, является более широким понятием, включающим в себя процесс перевода. Процесс воспроизведения представляет собой аналог продуктивной креативной деятельности вообще.

Процесс воспроизведения ДГЖ не ограничивается двумя языками, он, по сути, не имеет границ – языковых или семиотических.

Важной возможностью эвокационной методики является ее действие на уровне дискурса. Представляется возможным заявить о действии методики исследования дискурса как макроситуации через лингвоэвокационное моделирование. **Объект эвокации** – англоязычные тексты ДГЖ как взаимодействие НК и РК, что функционирует только вместе с участниками дискурсивной ситуации – прочтения журнала и инициирует создание особого смыслового и образного единства при восприятии каждого дискурсивного отрезка. В принципе, механизм действия дискурса будет одинаков, независимо от сферы его бытования. **Продукт эвокации** – русскоязычные тексты ДГЖ – равнозначен объекту эвокации, хотя находится в иной сфере бытования. Однако он способен к модификациям, а воспроизведенные компоненты могут существенно отличаться от оригинала. **Средства эвокации** ДГЖ – это поликодовые способы выражения интенции создания как НК, так и РК. Взаимодействие всех элементов структуры и связность дискурса обеспечивают необходимый результат. В случае с ДГЖ целью его РК является продвижение товара/услуги на рынке. Механизм создания модели воспроизведения базируется на суждении о существовании определенных сигналов воспроизведения (**эвокационных сигналов**), которые присущи каждой компоненте дискурса и обладают силой апелляции, благодаря которой данные компоненты переносятся во вторичную сферу бытования.

Следование силе апелляции эвокационных сигналов обуславливает степень преобразования компонент ДГЖ. Сила апелляции подразумевает ориентированность механизма воспроизведения на объективную составляющую дискурса (элементы эксплицированные, особо важные для воспроизведения) больше, чем на его субъективные, коннотативно окрашенные компоненты. Наличие ограничений при воспроизводстве объекта эвокации позволяет говорить о существовании такого понятия как **эвокационный шаг** (термин А.А. Чувакина) для ДГЖ. В рамках нашей работы это понятие предполагает отграниченность процесса воспроизведения ДГЖ от процесса воспроизведения в телерекламе или радиоролике, что требует еще одного эвокационного шага. Воспроизведение ДГЖ осуществляется в два эвокационных шага, которые могут не совпадать по времени – РК ДГЖ воспроизводится быстрее и может присутствовать без каких-либо изменений во многих выпусках журнала, в то время как НК воспроизводится лишь однажды. Таким образом, **эвокационная цепочка** (как количественное отражение вариантов воспроизведения единицы РК и НК) для НК состоит из объекта и одного продукта воспроизведения. Количество элементов эвокационной цепочки РК ДГЖ может насчитывать до пяти модифицированных вариантов. Что касается **факторов воспроизведения** элементов РК ДГЖ, то выделяются объективные и субъективные факторы. РК ДГЖ ориентируется на семантику побудительности, нежесткой императивности, что, наряду с другими важнейшими признаками, подложит, по нашему мнению, обязательному воспроизведению. Однако абсолютно идентичное воспроизведение способов



презентации данных признаков невозможно в силу объективных факторов, определяющих воспроизведение объекта в русскоязычной ситуации из ситуации англоязычной. Это и различие языковых систем, и когнитивных пресуппозиций дискурс-продуцента и дискурс-реципиента. Все упомянутые факторы обуславливают появление определенных моделей в процессе воспроизведения макроструктуры в другой языковой ситуации. Степень адекватности вторичного дискурса первичному зависит от уже упомянутых факторов, и эвокационные модели дискурса в полной мере отражают это.

**Вторая глава** диссертации «Процесс и результаты лингвоэвокационного моделирования дискурса глянцевого журнала» посвящена практической реализации методики эвокационного сопоставления и действию механизма преобразования компонент ДГЖ при их переносе в другую культуру, что прослеживается при выделении базовых моделей воспроизведения ДГЖ.

В **первом параграфе** представлено определение параметров лингвоэвокационного моделирования компонент ДГЖ: для РК ДГЖ заявлены следующие параметры процесса воспроизведения: контент-параметры: 1) наименование продукта, которому посвящена РК, 2) хронотоп РК; структурный параметр: 3) текст\рисунок, который включает в себя следующие субпараметры:

- а) фон\цвет;
- б) размещение элементов, план, ракурс и объем.

Что касается НК ДГЖ, то определяются следующие ее параметры: содержание рубрики как тематического блока (контент-параметр) и рубрикация (структурный параметр).

Во **втором параграфе** производится построение моделей воспроизведения ДГЖ. Рубрикация ДГЖ позволяет говорить о взаимодействии РК и НК в рамках каждой рубрики ДГЖ и структурирует его в англоязычной или русскоязычной сферах бытования. Логичным будет считать **тематический блок**, ограниченный форматом рубрики англоязычного ДГЖ (США), объектом эвокации во вторичной сфере бытования. Главным условием воспроизведения тематического блока служит содержание НК, а не РК, находящейся в ней. Например, тематический блок «Love and Lust» (буквально «Любовь и Страсть (Вожделение)» (перевод мой. – О.С.)) воспроизводится как «Сексех» в русскоязычном ДГЖ. Содержание нарратива заявлено его названием – здесь содержатся материалы об интимных отношениях мужчин и женщин, признания пар, советы сексологов и психологов. Этот тематический блок воспроизводится в русскоязычном ДГЖ без изменения содержания нарратива. Что касается конкретных тем статей, они практически никогда не воспроизводятся или воспроизводятся в ином по счету выпуске журнала, т.е. не являются объектом и продуктом эвокации, согласно определяющему условию метаобъекта и метапродукта эвокации. В отношении РК, воспроизводимой из англоязычного в русскоязычном ДГЖ, следует отметить ее характерную связанность с темой нарратива, в одних случаях и отсутствие таковой в случае с другими тематическими блоками.



В третьем параграфе представлено моделирование средств эвокации рубрик англоязычного ДГЖ (США). Средства эвокации преобразуют объект эвокации, модифицируя его компоненты. Выделяются языковые и неязыковые средства воспроизведения. Интерпретирование объекта эвокации через средства воспроизведения ограничено двумя условиями: актуальностью воспроизводимой информации и временным соответствием объекта воспроизведения продукту эвокации. Под языковыми средствами эвокации мы понимаем язык, с помощью которого происходит процесс воспроизведения, в нашем случае это русский язык, а также шрифт и размер языковых средств. В рамках ДГЖ языковые средства эвокации выражают следующие свойства:

1) *универсальность*, что означает способность применить указанную информацию не только в данный момент, но и в любое время. Универсальность как свойство существования и действия ДГЖ воплощается через регулятивные правила, воспроизводя их из англоязычной среды либо генерируя в русскоязычной сфере бытования.

2) *развитие уверенности в себе*, что является основополагающим свойством для ДГЖ, независимо от сферы бытования.

В отношении шрифта и размера использованных языковых средств следует отметить, что здесь прослеживается сочетание действия языковых средств воспроизведения с неязыковыми средствами, так как увеличение/уменьшение размера языковых средств несет в себе смысл разграничения более важного и необходимого (по мнению эвокатора) сообщения от менее важного. Шрифт, в свою очередь, способен создать некий стиль, характерный для разных временных периодов и способствующий привлечению внимания через соположение разностилевых и разнокалиберных шрифтов. Следует отметить, что свойства ДГЖ не подвержены модификациям, в то время как набор лексико-грамматических средств языка значительно варьируется, создавая правила, формируя нарратив или оформляя рекламный дискурсивный отрезок.

Под неязыковыми средствами воспроизведения понимается изображение людей, предметов, маркирующие элементы, присутствующие в НК и РК ДГЖ. Можно разделить неязыковые элементы РК и НК, так как их функция и способность к воспроизведению различаются. Общим можно считать тот факт, что все неязыковые элементы ДГЖ (оригинального или воспроизведенного) ориентированы на единую целевую аудиторию и служат привлечению внимания либо к рекламируемому объекту, либо к нарративу. Такое явление НК, когда тематический блок оригинала воспроизводится в нескольких смежных блоках в русскоязычной среде, называется *эвокационным расширением* (термин А.А. Чувакина). В данном исследовании эвокационное расширение представляет собой воспроизведение тематического блока ДГЖ в иную сферу бытования, когда указанный тематический блок частично повторяется несколько раз в данном ДГЖ, большей частью в рекламных целях.

В силу зависимости от целевой аудитории ДГЖ содержит изображения мужчин и женщин от 18 до 40 лет. Принципы размещения разного рода изображений в РК или НК представляются следующими: 1) соответствие

компоненте дискурса, ее функций; 2) эффективное привлечение внимания реципиента дискурса. Для РК характерны также изображения рекламируемых объектов, что, по словам многих исследователей рекламы, свидетельствует о ценностях целевой аудитории (И.С. Кабардинская, В.Л. Музыкант, Д. Огилви). Изображения предметов в НК представляют собой иллюстрации к теме нарратива. Неязыковые маркирующие элементы легко подвергаются воспроизведению, так как различие культур (англоязычной и русскоязычной) в этом аспекте минимально. Что касается воспроизведения изображений, то здесь следует говорить не о воспроизведении изображения в целом, а о том, что в процессе воспроизведения тематического блока в русскоязычную среду, эвокатор осуществляет выбор изображения тех или иных предметов для иллюстрации НК. Это выбор в пользу изображений предметов, характерных, традиционных, а потому предпочтительных для англоязычной культуры. Следовательно, если даже НК дискурса не воспроизводится в русскоязычный ДГЖ идентично, но тематически, для нее подбирается изображение в культурной традиции оригинального (англоязычного) дискурса.

На основании выделения функции языковых и неязыковых средств эвокации представляется возможным моделировать их структурно:

$$СЭ = ЯСЭ (ЛГС + СД) + НЯСЭ,$$

где СЭ – средства эвокации в целом; ЯСЭ – языковые средства эвокации, включающие в себя свойства (СД), характерные для данной разновидности дискурса, и набор лексико-грамматических средств языка воспроизведения (ЛГС). НЯСЭ означает неязыковые средства эвокации, под которыми понимаются изображения людей, предметов и маркирующие элементы, помогающие структурировать дискурс в целом и его компоненты в частности.

В четвертом параграфе раскрываются особенности процесса воспроизведения ДГЖ. Моделирование процесса эвокации проводится с учетом двух принципов – адекватности и активности. Принцип адекватности устанавливает, что продукт эвокации, конструируемый ее средствами, соответствует объекту эвокации. В приложении к данному исследованию это значит, что объект воспроизведения адекватен продукту воспроизведения хотя и преобразуется ЯСЭ и НЯСЭ. Важно отметить, что принцип адекватности может рассматриваться с точки зрения адекватности воспроизведения РК или НК в определенную лингвокультурную общность. В случае наличия коренных различий культурологического фона сфер воспроизведения, необходимы коренные модификации ДГЖ. В данном исследовании ДГЖ (США) заявлен первичным, а ДГЖ (Россия) вторичным. Коренные расхождения на культурологическом уровне касаются национального состава лингвокультурной общности. Значительная часть целевой аудитории ДГЖ (США) – афроамериканцы, в то время как для ДГЖ (Россия) афрорусские – лишь очень небольшая часть населения. Данное утверждение адекватно реализуется при воспроизведении – в русскоязычном дискурсе практически отсутствуют дискурсивные рекламные и нарративные отрезки с участием афроамериканцев. В целом принцип адекватности рассматривается в работе с

двух позиций: адекватность воспроизведения оригиналу и адекватность воспроизводимого материала лингвокультурной общности.

Принцип активности реализуется в разной степени, когда речь идет о воспроизведении ДГЖ. Наименьшей степенью активности обладает РК ДГЖ, так как воспроизведение отдельных рекламных дискурсивных отрезков идет посредством калькирования – когда ЯСЭ и НЯСЭ не преобразуются, оставаясь идентичными оригиналу. Большей степенью активности характеризуется НК ДГЖ, так как ее составляющие – статьи, интервью, анкеты, заметки и подобное – воспроизводятся через преобразование средствами эвокации. Наибольшей степенью активности обладает тот нарративный или рекламный дискурсивный отрезок, который воспроизводится с расширением структуры и функции.

В пятом параграфе происходит построение базовых моделей воспроизведения ДГЖ. Под базовой моделью подразумевается основная модель воспроизведения ДГЖ как совокупности РК и НК. Согласно параметрам воспроизведения РК, актуальным для данного диссертационного исследования, определяются следующие **блоки** моделей воспроизведения: 1) блок, где модификации подвергается такой контент-параметр, как «продукт» (а); 2) блок, где модификации подвергается контент-параметр «хронотоп» (b) и 3) блок, где изменения происходят по структурному параметру «текст/рисунок» (с). Что касается параметров воспроизведения НК, таких как «рубрикация» и «содержание рубрик», они тоже представляют собой блоки моделей воспроизведения. И если параметр «рубрикация» (d) относительно стабилен при воспроизведении, то параметр «содержание рубрики» (е) склонен к модификациям. Лингвоэвокационное моделирование ДГЖ является процессом постоянного взаимодействия его компонент, независимо от сферы бытования.

В рамках **первого блока** моделей воспроизведения ДГЖ возможны следующие вариации РК: происходит изменение по параметру «продукт» (а). Они могут сопровождаться изменениями по другим параметрам, соответственно, выделяются следующие модели: а, ab, abc ( $c_1+c_2$ ), abc ( $c_1$ ), abc ( $c_2$ ), где а – параметр «продукт», b – параметр «хронотоп», с – параметр «текст/рисунок»,  $c_1$  – субпараметр «фон/цвет»,  $c_2$  – субпараметр «размещение/объем». Таким образом, продукт РК соответствует принципу брендовой соотнесенности, но в процессе эвокации модификациям подвергаются остальные параметры воспроизведения.

**Второй блок** моделей воспроизведения подразумевает следующие вариации: b, bc ( $c_1+c_2$ ), bc ( $c_1$ ), bc ( $c_2$ ), а третий блок уменьшает количество вариаций следующим образом: с ( $c_1+c_2$ ), с ( $c_1$ ), с ( $c_2$ ). При этом для указанных блоков воспроизведения параметр d (НК) не подвергается изменению, а параметр е (НК) модифицируется. Блоки моделей воспроизведения появляются в силу действия параметров воспроизведения, которые функционируют в логике культурологического фактора. Культурологический фактор выражается в соблюдении социально-культурной традиции, характерной для употребления каждого конкретного элемента в определенной ситуации. Таким образом, различные модификации при воспроизведении компонент ДГЖ зависят от того, в какой культурной среде происходит их перенесение. Сочетание модификаций

по нескольким параметрам воспроизведения приводит к поглощению либо РК, либо НК.

В данном исследовании процесс поглощения определяется следующим образом: это процесс передачи признаков одной из компонент ДГЖ другой его компоненте, в результате чего происходит ассимиляция последней. Под **поглощением РК** ДГЖ понимается тот факт, что на периферии РК или в ядре НК происходит ослабление действия рекламных элементов за счет уменьшения количества и разнообразия эвокационных сигналов, содержащихся в их структуре. Поглощение РК имеет место в процессе воспроизведения ДГЖ, но по частотности такого рода поглощение следует за поглощением НК. Поглощение нарративной составляющей ДГЖ обычно выражено нарушением визуальной границы компонент и вытеснением нарративной составляющей.

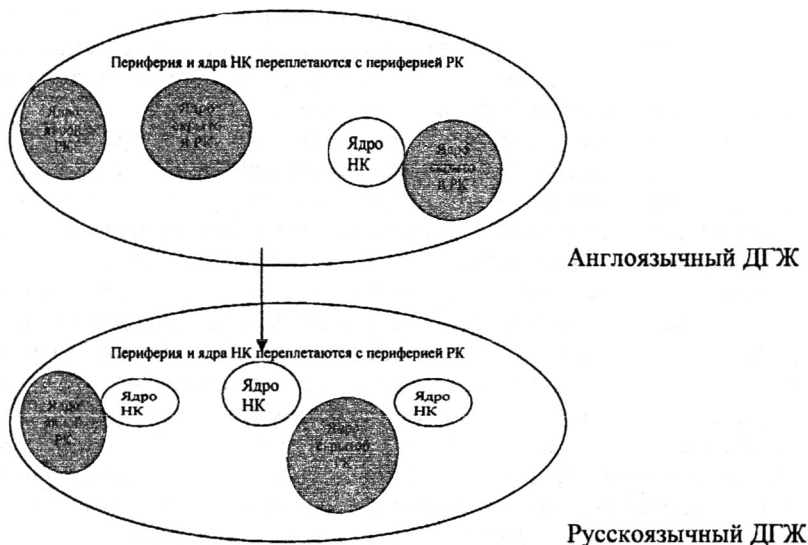
Впоследствии граница между компонентами ДГЖ размывается, а содержание гомогенизируется. Феномен скрытой рекламы демонстрирует переход признаков от нарративной к рекламной составляющей, т.е. **поглощение НК**. Способность компонент ДГЖ к взаимопоглощению представляется возможной, учитывая передачу признаков и характерных черт каждой из компонент. Это свидетельствует о содержательной гомогенизации единиц дискурса, а в перспективе – о гомогенизации ДГЖ в целом. Данное утверждение основывается на 1) способности и склонности компонент дискурса к взаимопоглощению; 2) распространении феномена скрытой рекламы, занимающей значительную часть периферии РК ДГЖ и 3) разноплановом взаимодействии информации рекламного и нарративного характера в рамках единицы ДГЖ (тематического блока).

В данном исследовании предполагается сопряжение анализа дискурса и моделирования на материале англоязычных и русскоязычных текстов ДГЖ. Выделяются несколько этапов лингвоэвокационного моделирования:

На первом этапе определяется объект воспроизведения.

Второй этап лингвоэвокационного моделирования предполагает раскрытие процесса воспроизведения ДГЖ из одной сферы бытования в другую.

Третьим этапом лингвоэвокационного моделирования ДГЖ выступает построение модели воспроизведения ДГЖ. Рассмотрим рисунок (см. ниже), который демонстрирует воспроизведение компонент ДГЖ. Изначально оригинальный ДГЖ характеризуется наличием трех ядерных структур РК и одной ядерной структуры НК. Периферии РК и НК постоянно взаимодействуют, происходит гомогенизация содержания периферии, когда компоненты принимают признаки друг друга.



### Лингвоэвокационное моделирование ДГЖ

В силу количественного преобладания РК, англоязычный ДГЖ можно охарактеризовать как преимущественно рекламный. В процессе воспроизведения оригинальный ДГЖ утрачивает одну ядерную структуру (скрытой рекламы), но приобретает две дополнительные ядерные нарративные структуры. Что касается периферии РК и НК, то их взаимодействие осуществляется в том же ключе, что и в оригинальном ДГЖ. Периферия РК и НК русскоязычного ДГЖ представляет собой гомогенное образование, преимущественно рекламной направленности.

Четвертым, заключительным, этапом лингвоэвокационного моделирования ДГЖ является включение данной процедуры в метод дискурс-анализа. Следует отметить, что использование дискурс-анализа до настоящего времени велось в рамках моноязычного дискурса, не в логике процесса воспроизведения дискурса из одной сферы бытования в другую. На этом основании представляется возможным заявить о необходимости расширения процедуры дискурс-анализа шагом лингвоэвокационного моделирования в следующих целях:

а) это позволит расширить рамки анализируемого объекта до процесса воспроизведения дискурса, рассмотреть процессуальную составляющую воспроизведения ДГЖ посредством анализа объекта и продукта эвокации. Динамический аспект исследования разноязычных вариаций ДГЖ предполагает наличие новой процедуры в рамках дискурс-анализа;

б) наличие лингвоэвокационных моделей упрощает процедуру выделения компонент ДГЖ, единицы анализа каждой из компонент, в общем, являясь основанием для проведения дискурс-анализа ДГЖ.

В **заключении** подводятся общие итоги проведенного исследования.

Данная диссертационная работа проецирует лингвоэвокационное исследование на материал разноязычных текстов ДГЖ, что предполагает разработку этапов исследования в целом. При этом выявляются компоненты ДГЖ согласно их функциям и выясняются специфические характеристики их взаимодействия, что способствует раскрытию отношений РК и НК в рамках единицы ДГЖ – тематического блока, ограниченного форматом рубрики журнала, а именно тот факт, что компоненты находятся в состоянии явного или скрытого дискурсивного конфликта. Это представляется естественным способом сосуществования указанных компонент в рамках тематического блока ДГЖ. Уточняется понимание единицы каждой компоненты, для РК это дискурсивный рекламный отрезок, а для НК – дискурсивный нарративный отрезок, что позволяет структурировать дискурс женского глянцевого журнала в разноязычных сферах бытования и провести сопоставительный анализ результатов. В ходе анализа раскрывается ядерная структура ДГЖ, вследствие наличия *ядра и периферии* РК и НК, которые локализируются в определенном дискурсивном пространстве, что прослеживается на фактическом материале. Феномен скрытой рекламы, передача иноязычных фрагментов дискурса, взаимодействие указанных компонент свидетельствует о возможности гомогенизации содержания ДГЖ, исчезновении границ между его составляющими.

В данном исследовании понятие *эвокационный шаг* рассматривается как различие процесса воспроизведения ДГЖ во вторичную сферу бытования и процесса воспроизведения элементов ДГЖ в телерекламе или радиоролике, что предполагает еще один эвокационный шаг. Воспроизведение ДГЖ осуществляется в два эвокационных шага, которые могут не совпадать по времени – РК ДГЖ обладает более сильным потенциалом воспроизведения, так как способна к воспроизводству несколько раз, с эвокационными преобразованиями или без таковых. В то же время НК воспроизводится лишь однажды, так как ее эвокационный потенциал исчерпывается актуальностью темы и представлением конкретного дискурсивного нарративного отрезка на эту тему. Таким образом, *эвокационная цепочка* (как количественное отражение вариантов воспроизведения дискурсивных рекламных и нарративных отрезков) для НК состоит из объекта и одного продукта воспроизведения. Количество элементов эвокационной цепочки РК ДГЖ может насчитывать до пяти модифицированных вариантов, воспроизведенных в тематических блоках, отличных от оригинального.

Методика эвокационного сопоставления становится основой для реализации лингвоэвокационного моделирования ДГЖ, где положения теории перевода (принципы адекватности и активности), принципы моделирования и представление о креативной связи компонентов, составляющих ДГЖ, обеспечивают базу для проведения интегративного исследования. Говоря о деятельности эвокатора, реализующего принцип активности в процессе воспроизведения, мы различаем эвокатора РК и НК, каждый из которых преследует цели, обусловленные конкретной компонентой. Уточнено

соотношение понятий воспроизведения и переводческой деятельности, выяснено условие воспроизведения ДГЖ – наличие эвокационных сигналов в структуре ДГЖ, согласно силе апеллятивности которых происходит перенесение дискурсивного отрезка во вторичную среду.

В исследовании разрабатываются контент-параметры и структурные параметры процесса воспроизведения ДГЖ для РК и НК.

В отношении дискурсивного рекламного отрезка целесообразно говорить о внешнем и внутреннем хронотопах каждого отдельного отрезка. Выделяются два вида хронотопа РК: *внешний*, универсальный, когда текст ориентирован в пространстве и времени «здесь и сейчас», и *внутренний*, когда рекламный отрезок содержит в себе локализаторы других временных рамок, хотя его интенция «здесь и сейчас».

Данное исследование определяет процесс поглощения следующим образом – это процесс передачи признаков одной из компонент дискурса другой его компоненте, что сопровождается ассимиляцией последней. Под поглощением РК ДГЖ мы понимаем тот факт, что на периферии РК или в ядре НК происходит ослабление действия рекламных элементов за счет разрежения силы эвокационных сигналов, присущих каждой компоненте ДГЖ, и как следствие, уменьшения их количества и разнообразия. На основе процесса *поглощение* построены базовые лингвоэвокационные модели ДГЖ. Выделяются две базовые модели: поглощение РК и поглощение НК. Процесс поглощения как параметр моделирования актуален для компонент ДГЖ в целом. В отношении дискурсивных рекламных и нарративных отрезков, моделирование осуществляется согласно модификациям продукта воспроизведения по параметрам моделирования, в соответствии с чем определяются блоки модификаций воспроизведения.

Таким образом, лингвоэвокационное моделирование ДГЖ предстает шагом, логично дополняющим процедуру дискурс-анализа, становится инструментом данной процедуры для исследования процессуальных компонентов воспроизведения дискурса при переходе из одной сферы бытования в другую. Лингвоэвокационное моделирование способно расширить объект дискурс-анализа, включив в него объект и продукт воспроизведения. Эта процедура также способствует более детальному изучению компонент ДГЖ.

Данное исследование может в перспективе развиваться по следующим направлениям:

а) акцент исследования возможно переместить на культуроспецифичность компонент ДГЖ, закономерности их воспроизводства в иной лингвокультурной общности. Указанное направление предполагает интегрирование эвокационного подхода с положениями лингвокультурологии и реализацию эвокационной программы исследований через анализ лингвокультурем;

б) специфика материала также предопределяет возможное рассмотрение оппозиции «свой-чужой» в контексте развития дискурсивной ситуации,



отражение социального статуса эвокатора в соотношении с его принадлежностью определенной лингвокультурной общности;

в) исследование развития эвокационной цепочки, где возможно воспроизведение и преобразование текстов ДГЖ в интернет-пространстве, т.е. переход в систему координат гипертекста, реализация ДГЖ в телекоммуникационном пространстве (программа Cosmopolitan Видеоверсия), воспроизведение РК ДГЖ в теле- и радио- рекламе, и, как гипотеза – рекламизация социума, когда дискурсивные рекламные отрезки полностью или частично присутствуют в социальном пространстве (магазины, кафе, спортклубы, где товар, блюдо или упражнение обозначено лейблом, например «выбор Cosmo»). Такого рода воспроизведение может быть исследовано, к примеру, с точки зрения прецедентных текстов.

В целом исследование разноязычных текстов ДГЖ представляется нам перспективным, поскольку выполнено в рамках междисциплинарного подхода, где акцент изучения находится в межязыковом пространстве. «Дискурсивный переворот» в науке предполагает расширение перспективы дискурсивных исследований, изучение составляющих дискурса и раскрытие новых аспектов этого феномена.

По теме диссертации опубликовано 10 работ.

#### **Публикации в изданиях, рекомендованных ВАК:**

1. Сим, О.А. Приемы выделения моделей-выразителей кодовой структуры разноязычных рекламных текстов // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена: Аспирантские тетради: Научный журнал. СПб., 2007. – Вып.11 (32). С.196–200.
2. Сим, О.А. (соавт. Василенко, Т.Н., Ожмегова, Ю.В., Савочкина, Е.А., Чувакин, А.А.) Новые возможности лингвоэвокационных исследований // Сибирский филологический журнал. Новосибирск. НГУ, 2007. – Вып.3. С.83–96.
3. Сим, О.А. Рекламная и нарративная составляющая журнального дискурса // Филология и человек. Барнаул. Изд-во Алт. ун-та, 2009. – Вып.4. С.158–164.

#### **Публикации в прочих изданиях:**

4. Доброва, О.А. (Сим, О.А.) Оригинальный и переводной рекламный текст как «участники» эвокационной деятельности // Коммуникативные аспекты языка и культуры. Томск. Изд-во ТПУ, 2005. С.98–104.
5. Доброва, О.А. (Сим, О.А.) Текст англоязычной журнальной рекламы как объект эвокации // Актуальные проблемы лингвистического образования: теоретический и методологический аспекты. Самара. Самар. гуманитар. акад., 2005. С.147–149.
6. Доброва, О.А. (Сим, О.А.) Оригинальный (англоязычный) текст как объект эвокации // Материалы международной научно-практической



конференции «Коммуникативистика в современном мире: человек в мире коммуникаций». Барнаул. Изд-во Алт. ун-та, 2005. С. 165–167.

7. Сим, О.А. Эвокация кодов разноязычных рекламных текстов // Материалы II международной научной конференции «Концепт и культура». Прокопьевск. Полиграф-Центр, 2006. С. 825–830.
8. Сим, О.А. Методика эвокационного сопоставления при исследовании оригинального и переводного рекламных текстов // Материалы VI Международной научно-практической конференции «Межкультурная коммуникация: теория и практика». Томск. Томский политехнический университет, 2006. С.131–143.
9. Сим, О.А. Кодовая структура оригинального и переводного рекламных текстов как объект и продукт эвокации // Материалы IV Всероссийской научной конференции молодых ученых «Наука. Образование. Молодежь» (8-9 февраля 2007 года). Часть II. Майкоп. Изд-во АГУ, 2007. С.71–75.
10. Сим, О.А. Специфика воспроизведения фрагментов англоязычного рекламного дискурса // Человек – Коммуникация – Текст: сб. статей. Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2008. – Вып. 8. С.164–170.

Подписано в печать 11.11.09 г. Формат 60х84 1/16

Усл. печ. л. 1,0. Тираж 100. Заказ 422.

Типография Алтайского государственного университета:

656049, Барнаул, ул. Димитрова, 66



